

直击轨道交通行业集体路演:

行业景气度稳中向好 上市公司加码研发谋增长

■本报记者 曹卫新

轨道交通作为国民经济大动脉,在服务实体经济畅通方面发挥着重要作用。9月18日,上交所举办“2024年轨道交通行业专场集体路演”,京沪高铁、今创集团、威奥股份、广脉科技等4家公司参加,详细介绍了行业发展趋势、公司经营情况、创新成果转化、绿色低碳发展等内容,并与投资者进行了在线互动。

2024年上半年,A股65家轨道交通行业上市公司业绩韧性凸显,合计实现营业收入3176.12亿元,净利润374.30亿元。其中,超六成公司营业收入实现增长,近九成公司实现盈利,超四成公司实现盈利增长。

前海开源基金首席经济学家杨德龙向《证券日报》记者表示:“加大基础设施建设是当前积极财政政策的一部分,轨道交通作为基础设施建设的重要组成部分,近年来各地政府投入较大,这对轨道交通板块上市公司的业绩形成了积极的推动作用。”

业绩彰显发展韧性

2024年以来,得益于国家战略部署和经济复苏后旺盛的出行需求,国内轨道交通市场逐步迈入景气度提升的新周期。

气度提升的新周期。

今年上半年,全国铁路累计发送旅客20.96亿人次,旅客周转量完成7779.52亿人次,同比分别增长18.4%、14.1%,均创历史同期新高。同时,叠加轨道交通设备进入更新换代所催生的维保更换需求共振,为整个轨交市场带来了多重机遇。

上市公司方面,2024年上半年,面对国内经济平稳向好的有利形势,“中国高铁第一股”京沪高铁不断提高客运服务水平,全力保障运输安全稳定,坚持以高质量服务供给促进和带动消费。2024年上半年,京沪高铁本线创造了日开行列车711列、日运送旅客92万人次的历史最高纪录,实现营业收入208.63亿元,同比增长8.21%;净利润63.57亿元,同比增长23.77%。

面对行业景气度提升带来的发展机遇,今创集团则外拓市场,内强管理,2024年上半年总体延续了2023年度的增长向好态势,实现了营收与净利润的双增长。上半年,公司实现营业收入19.62亿元,同比增长12.99%;实现净利润1.47亿元,同比增长25.70%。

今创集团董事长、总经理戈耀红在回答《证券日报》记者提问时表示:“根据当前各项市场数据,国内轨道交通市场正处于景气度提升的新周期,保持着稳中向好的趋势。

公司将进一步外拓业务,抢抓订单,内抓管理,挖潜增效,在智慧创新、绿色低碳、稳定优质等方面持续发力,赋能新质生产力持续涌现和快速发展,激发企业内生活力,发挥企业核心优势,保持企业在市场的综合竞争力,抓住发展机遇。”

巨丰投资顾问总监郭一鸣在接受《证券日报》记者采访时表示:“在铁路投资持续增长、铁路客流逐步恢复以及机车更新和维修需求提升的情况下,轨道交通行业景气度有望持续提升。”

创新赋能稳固优势

数据显示,2024年上半年,轨道交通行业上市公司研发费用合计101.97亿元,同比增长18.78%。有9家公司上半年研发费用突破亿元大关。研发强度大于10%的公司家数占比15.38%。研发投入力度持续加大,赋能企业实现高质量发展。

上半年,京沪高铁紧盯铁路新质生产力发展方向,探索开展人工智能、无人机检测等前沿技术研究,提升公司科研创新实力。同时,公司还持续推进科研成果转化,大力实施京沪高铁标准示范线智能化提升项目,重点推进智能综合运维管理系统在全线及子公司管内的落地应用,有效提升京沪高铁智能化管

理水平。

信息通信技术服务“小巨人”广脉科技也在不断加大产品研发力度,以服务驱动产品,积极拓展新业务,切入算力基础设施及服务领域。

广脉科技董秘王欢表示,公司铁路视频监控智能运维平台、铁路智能视频监控箱等铁路信息化相关产品相继推出并获取订单,更多战略产品正在研发及测试验证。

“产业链上市公司想要乘势而上,可以通过技术迭代升级,做大做强自身产品,进一步提升核心竞争力。同时也可以加大研发力度,培育新动能,从传统制造向高科技和服务转型。此外,上市公司还可以通过并购重组等实现做大做强。”郭一鸣表示。

探索绿色低碳发展

《2030年前碳达峰行动方案》提出将“交通运输绿色低碳行动”作为重点任务。轨道交通的绿色低碳运行,是实现“推动运输工具装备低碳转型、构建绿色低碳交通运输体系”战略目标的关键之一。

近年来,A股轨道交通行业上市公司也在不断探索绿色低碳发展道路,

实现绿色转型升级。

威奥股份董秘赵婷婷表示:“公司通过集成技术创新变革,加速成果转化,推动产业升级。2024年上半年,公司在轨交领域重点参与了CR450高速动车组项目,产品涉及商务座椅、卫生间及水箱、玻璃钢外饰、遮阳帘、裙板等多个模块。同时公司始终坚持绿色发展理念,在产品阶段融入绿色、环保因素,优先选用环保材料和工艺,减少生产过程中的能源消耗和污染排放,努力实现经济效益、社会效益和环境效益的和谐统一。”

探索绿色低碳发展道路,今创集团持续推行精益管理,开发和完善“今创智慧管理平台”,落实数字化营销、数字化设计、数字化工艺、柔性敏捷制造、数字化供应链管理和数字化质量管理,全流程协同挖潜增效。

今创集团董秘高锋表示:“公司践行绿色发展和低碳战略,通过信息化平台将低碳管理、低碳设计、低碳生产、低碳工艺、低碳质量和低碳供应链融入绿色智造模式,构建高效、清洁、低碳、循环的绿色运营体系。”



时代电气乘新能源之风而上 积极布局汽车及轨道交通领域

■本报记者 肖伟

近日,时代电气在湖南株洲举办2024年“与时代同行 以轨筑筑梦”主题反向路演活动,近百位投资者、券商分析师参加了此次活动。《证券日报》记者了解到,时代电气旗下多个业务正乘着轨道交通、新能源汽车行业东风向上生长。

今年上半年,时代电气实现营业收入102.84亿元,同比增长19.99%;归属于上市公司股东的净利润15.07亿元,同比增长30.56%。公司上半年研发投入9.74亿元,同比增长13.95%。

“今年以来,新能源汽车市场的竞争给公司带来一定的压力,特别是在价格方面,这种竞争也推动了行业集中度明显提升。”在反向路演活动之后,时代电气工作人员向《证券日报》记者表示,尽管市场竞争激烈,但在功率半导体方面,时代电气全面调整研发设计能力和生产制造能力,产品质量和交付周期均得到市场认可。在电驱系统方面,时代电气凭借产业链和技术优势,提升了相关产品和系统的毛利率,出货量稳定增长,并与重量级客户展开联合研发。在车用传感器方面,时代电气持续扩展客户和产品谱系,

力求在未来取得更大突破。

东吴证券所长助理、汽车行业首席分析师黄里向《证券日报》记者表示:“预计2024年国内新能源汽车销量将超1000万辆,而2014年国内新能源汽车销量不足10万辆,由此可见,过去10年中国新能源汽车发展速度之快。从历史角度来看,中国汽车未来的全球化发展之路将得到智能化技术和低能耗技术两大驱动因素支持。从事汽车行业核心部件研发和生产的中国企业,将通过供给端的技术创新创造更多需求。”

时代电气工作人员向《证券日

报》记者进一步介绍:“今年以来,得益于大规模设备更新政策落地,新能源汽车市场增量需求逐步释放,对时代电气的相关产品和系统均有利好。”他表示,在碳化硅器件方面,时代电气产品技术性能已与标杆企业产品对标,目前具备年产2.5万片6英寸碳化硅的产能,预计今年形成销售,明年实现批量推广。在信号系统方面,时代电气瞄准15年以上老旧线路的更新改造市场,已在多个城市开展示范项目,并将相关经验拓展到国际市场;在机车大修方面,时代电气瞄准和谐号机车大修及高级修理带来的需

求,检修收入有所增加;在新能源车方面,时代电气参与了牵引变流器、动力电池、电池管理和热管理系统方面的研发、设计和生产工作,以满足市场需求。

《证券日报》记者了解到,为巩固扩大在轨道交通、新能源汽车领域的成果,时代电气正抓紧时间建设产能。其中,时代电气旗下株洲清水塘工厂已完成封顶,计划今年完成产线建设,明年将成为产能主力之一。时代电气旗下宜兴产线正迈向良好状态,相关团队正为产线满负荷运转做好准备。此外,公司在印度尼西亚等国也有扩产计划。

公司零距离·新经济 新动能

泸州老窖:推进产能优化升级 加快数智化转型

■本报记者 舒娅疆

近年来,泸州老窖积极弘扬传统,同时持续推进创新发展,以数智化转型赋能生产、销售、管理协同等多个方面,“守正创新”为公司的高质量发展进一步筑牢根基。2024年上半年,泸州老窖的营业收入、归属于上市公司股东的净利润同比再度实现双位数增长。

近日,《证券日报》记者走进泸州老窖,感受公司对于传统的坚守和对创新的珍视。

坚持数智化转型

《证券日报》记者在“国宝窖池”看到,标有“中国浓香型白酒源地”字样的大石吸引着游客们前来打卡留念,附近存留着数百年前泸州老窖酿酒取水所用的古井,还有记录着泸州老窖传统酿酒技艺开创者郭怀玉(元代泸州人)等人事迹的雕像。而在拥有数百年历史的老窖池边,散发着酒糟味的雾气蒸腾而上,工人们手持工具,热火朝天地进行着堆糟、拌料等工序,这是遵循传统酿酒技艺进行生产的一环。

“老窖池是浓香型白酒企业产出好酒的根本条件。公司的1573国宝窖池群等资源已被列入全国重点文物保护单位,同时,‘泸州老窖酒传统酿制技艺’至今已传承24代,该技艺于2006年入选首批国家级非物质文化遗产名录。1573国宝窖池群与‘泸州老窖酒传统酿制技艺’共同成为‘国窖1573’及‘泸州老窖’系列产品品质最根本的基础和保障。”泸州老窖工作人员向《证券日报》记者表示。

在尊重和遵循传统的同时,泸州老窖也在积极探索创新之路。2020年底,黄舣酿酒生态园全面投产,公司秉承“传承古法、纯粮酿造、传统工艺、智能科技”的文化内涵,实施自动化、智能化、信息化酿酒技改,投产后的黄舣酿酒生态园为泸州老窖新增优质纯粮固态白酒10万吨/年、酒曲10万吨/年产能和38万吨储酒能力,公司生产保障能力实现质的飞跃。

今年1月份,泸州老窖智能包装中心正式投用。记者在现场了解到,该中心的白酒产品灌装速度可达到1.5万瓶/小时,杂质检测机的精度达到99.99%,精确到“头发丝都能检测出来”的程度。作为全面领先的“灯塔工厂”,泸州老窖智能包装中心正引领中国白酒行业加速迈向数字化、智能化。

此外,泸州老窖近年来坚持数智化转型,除了推进数智赋能生产,在市场层面也取得成效。2024年上半年,公司的场景码互动工具全面推广,全链路数字化扫码营销深化运用,正持续壮大消费者数据资产。

业绩呈稳步向好态势

随着泸州老窖在产能优化升级、市场拓展等方面持续作出努力,公司业绩呈现稳步向好态势。2024年上半年,泸州老窖实现营业收入169.05亿元,归属于上市公司股东的净利润80.28亿元,同比分别增长15.84%、13.22%,并双双创下同期新高。

分析人士认为,稳步向好的业绩背后,是泸州老窖稳定的产品体系、健康的渠道体系和日益增长的



图①图④泸州老窖黄舣酿酒生态园

图②泸州老窖智能包装中心

图③泸州老窖指挥中心

公司供图

品牌力在共同发力。其中,产品是支撑泸州老窖品牌发展的内核。

据悉,泸州老窖坚持聚焦“双品牌、三品系、大单品”战略。“大单品”指的是国窖1573,国窖1573单品的年销售收入已突破200亿元,站稳中国三大高端白酒阵营,成为全国化品牌;泸州老窖品牌复兴计划成绩斐然,系列产品呈现良好发展势头;养生酒、中式果酿酒等创新产品也在持续培育,成为推动公司迈向年轻化、时尚化、健康化和国际化的生力军。

从产品结构来看,中高档产品为泸州老窖的业绩稳步增长贡献了积极力量。2024年上半年,公司的中高档酒类产品实现营业收入152.13亿元,占公司营业收入的比重为89.99%,同比增长17.12%。

知趣咨询总经理蔡学飞向《证券日报》记者表示,以“窖主节”为代表的营销创新,对浓香传承、国宝窖池的文化挖掘,低度健康饮酒的品质创新和双品牌战略带来的以利润为导向的结构性增长模式,这些都是泸州老窖近年来经营发

展过程中的亮点。未来,公司的大单品增长情况以及在消费多元化趋势下的新突破值得期待。

泸州老窖认为,面对市场的深度变革和消费需求的分化,中国白酒正面临着新的历史性挑战,白酒企业只有在挑战中寻求新的机遇,采取新的举措,创造新的需求,才能迎来长久的发展。展望下半年,公司将强化营销攻坚、推进数智营销,深化文化赋能,注入数智力量,推动智慧生产,加快数智赋能、强化管理协同。

优化产品结构强化经销商网络 五粮液高质量增长可期

■本报记者 谢岚 见习记者 梁傲男

9月17日晚间,2024年央视中秋晚会如约而至,五粮液作为中秋晚会的合作品牌,携上亿元好礼与观众互动。

相关数据显示,截至目前,中秋晚会五粮液“和美好礼”互动传播量已超46亿次,节目收获全网热搜超680个,相关视频全网播放量近10亿次。五粮液将共庆团圆的传统习俗与和美文化的品牌内涵深度融合,进一步传递了“和美共生 美美与共”的价值主张。

在白酒行业遭遇消费需求放缓、库存积压等挑战的背景下,五粮液通过深度优化产品结构,扶持、优化与强化经销商网络,有力推动了自身高质量增长,并构建起坚实的经销商网络,稳固市场地位。

“中秋白酒持续分化,板块静待需求改善,建议关注五粮液等品牌‘护城河’较深、核心大单品在对应消费场景中地位刚性的酒企。”有券商机构表示。

在国信证券分析师看来,白酒行业步入综合要素竞争阶段,五粮液品牌力优势突出,优质酒产能充沛、产品结构持续优化、全国化渠道体系完善,多维竞争优势支撑公司市场份额进一步提升。

动销稳中有增

2024年,酒类消费市场进入转型期。从半年报数据可以看出,在存量竞争加剧、消费需求不足等多重压力下,五粮液作为行业龙头企业核心数据整体稳健向好,显示出公司高质量发展韧性。

“绝不让经销商吃亏”是2023年五粮液1218大会作出的承诺。在今年6月份举办的股东大会上,五粮液再次表示要“着力提升渠道利润”,将积极引导商家顺价出货,增厚价差收益,提高商家盈利水平。

2024年半年报显示,截至6月30日,五粮液合同负债达81.57亿元,同比增加45亿元,体现出经销商对五粮液的信心。“稳健的合同负债水平,说明企业有着极强的渠道议价能力,也说明五粮液在积极地进行渠道优化工作,深化厂商关系,提振渠道信心,恢复产品价格弹性。”知趣咨询总经理蔡学飞对《证券日报》记者表示。

记者走访市场了解到,今年上半年,五粮液三大核心产品动销实现稳健增长。其中,第八代五粮液持续优化渠道投放,批发价格稳中略升,动销稳中有增。39度五粮液、1618五粮液及低度产品通过“宴席活动+扫码红包+终端排名”的组合,实现了动销、宴席双增长。

与此同时,高端产品结构持续完善,45度、68度五粮液焕新上市,经典10、20、30、50全系列战略产品发布从价位段、细分市场两个维度积极抢占市场份额。五粮液产品宴席活动开展场次、宴席动销同比增长良好,服务消费者近300万人次。

华鑫证券研报显示,五粮液产品线的丰富有望满足消费者差异化需求,同时缓解依靠核心单品的增量压力,进一步推动五粮液品牌价值回归。中长期看,公司产品布局更为全面,量价关系理顺、品牌价值回归背景下业绩增长更具支撑。

品牌建设方面,上半年,五粮液持续加大投入助力产品市场良性发展,与央视春晚、中秋晚会合作;深度融入博鳌亚洲论坛等活动;启动2024“和美全球行”主题活动;携手四川博物院举办川酒文化历史探索之旅主题活动等。不仅增强了消费者对五粮液的认知、认同,也为企业的高质量发展提供品牌支撑。

国元证券研报显示,五粮液上半年坚持推动普五传统渠道的缩量提价,积极消化社会库存,有望带动普五批价逐步企稳。

“市场调研后发现,五粮液市场成交价企稳。伴随着白酒消费旺季到来,头部名酒将迎来一波好行情。”白酒行业分析师、武汉京魁科技有限公司董事长肖竹青对记者表示。

稳步提升分红率

作为浓香型白酒龙头,五粮液已经连续9年在上半年度保持营收和净利润的双位数增长,展现了稳健的高质量发展态势。

2024年半年报显示,五粮液实现营收506.48亿元,同比增长11.30%;归属于上市公司股东的净利润190.57亿元,同比增长11.86%;另外,公司经营产生的现金流量净额达134.28亿元,较上年同期的113.30亿元增长18.52%。

业绩较快增长的同时,五粮液在回报股东方面也十分慷慨。数据显示,上市以来,五粮液不断提升分红率,截至目前,五粮液已累计现金分红941亿元,占上市以来累计归母净利润的46.75%。

具体来看,五粮液现金分红已连续4年每年超过100亿元,其中2023年度分红181亿元,占四川175家上市公司分红总额的31.14%,位列第一;分红总额位列深市第三,连续9年位列深市白酒上市公司第一,2023年度分红率60%,同比增长5个百分点,年度增幅为高端白酒第一。

前海开源基金首席经济学家杨德龙对《证券日报》记者表示,现金分红的意义非常重要,表明企业盈利能力可观,也说明企业有社会责任感。企业积极分红能够提高投资者的获得感,提高公司的市场认可度。

白酒产业是具有长周期属性的“时间产业”。五粮液相关负责人对《证券日报》记者表示,未来,五粮液将充分发挥优质大市值上市公司示范引领作用,坚持以实实在在的举措回报投资者,持续提升分红率,进一步坚定资本市场和投资者的信心。